

# 세계 7대 자연경관 선정의 의미와 그 과제

제주특별자치도 관광정책과장 문치화

## I. 들어가며

2007년 7월 7일 오후 7시, 7년에 걸쳐 세계 1억명이 넘는 네티즌들이 참여한 ‘세계 신 7대 불가사의’의 투표 결과가 포르투갈 리스본에서 발표되었다.

‘인류의 역사가 시작된 이래 서기 2000년까지 인간이 지구상에 만든 모든 건축물’ 가운데 중국의 만리장성과 인도의 타지마할, 요르단의 페트라, 이탈리아의 콜로세움, 멕시코의 마약 유적인 치첸이자 피라미드, 페루의 공중도시 마추피추, 브라질 리우데자네이로의 그리스도상이 그 영광을 안았다.

세계 전 언론을 떠들썩하게 만들었던 ‘세계 신 7대 불가사의’에 선정된 장소들은 전 세계 네티즌의 입소문을 타며, 선정된 장소는 물론 해당 국가들의 이미지도 자연스럽게 상승하게 되었다.

또한, 각 국의 여행사에서 선정된 장소를 대상으로 여행상품을 출시하는 등 외래 관광객 유치에도 한 몫을 담당하고 있다.

3년이 지난 지금, 다시 또 전 세계가 들썩이고 있다.

‘세계 7대 자연경관’ 선정!

‘세계 신 7대 불가사의’ 선정을 주도했던 스위스 주재 비영리재단인 「The New7wonders」재단에서 주관하는 사업으로서 세계에서 가장 아름다운 자연 경관을 전 세계인의 인기투표를 통해 총 7곳의 자연

경관을 선정하는 것이다.

우리 제주특별자치도는 지난 2008년 12월 1차 투표결과 총 440여곳에서 261곳에 선정이 되었고, 이후 2009년 7월 7일 2차 투표 후 77곳, 2009년 7월 21일 3차 전문가 심사를 통해 최종 후보지 28곳에 선정되는 기염을 토했다.

다가오는 2011년 11월 11일 11시 그 최종결과만이 남아 있다.

최종 후보지 28곳에 선정된 각 나라에서는 해당지역이 ‘세계 7대 자연경관’에 선정되기 위해 캠페인을 진행하는 등 발빠르게 움직이고 있다.

그러나, 우리나라에서는 전국적인 관심이 아직까지는 미미한 실정이다.

이에 전국민적인 관심의 증대와 최종 선정되기 위한 제주특별자치도의 대내외 홍보마케팅 방법, 추진과정 등에 대해 간략히 서술함과 동시에 우리도가 안고 있는 과제에 대해 살펴보고자 한다.

## II. ‘세계 7대 자연경관’ 선정의 의의

### 1. 제주는

- 하늘과 바다가 만나 한라의 정기를 잉태한 곳 -

제주도는 한라산, 오름, 해변, 삼림이 조화를 이룬 독특한 자연환경을 보유하고 있다. 한반도 서남단과 동중국해 북단에 위치한 한국 최대의 섬으로 동서 73km, 남북 41km의 타원형으로서, 용암이 분출하면서 솟아오른 제주는 세계 제1의 용암동굴 지대로서 다른 지방과는 현저히 다른 문화적 특성으로 세계적 寶庫로 자리매김하고 있다.

현재까지 남아있는 고어는 물론, 청정해역의 신비한 해초와 학술 가치가 높은 1,800여종의 희귀식물 등이 산재해 있다.

또한, 1만 8천 신들의 이야기가 있어 제주인의 상상력과 문화, 제주사회의 내재적인 규율과 법칙, 가치체계를 내포하고 있으며, 신화를 향유하는 신앙민 집단의 미의식이 고스란히 자리하고 있다.

이를 바탕으로 2002년 UNESCO 생물권보전지역 지정, 2007년 7월 UNESCO 세계자연유산 등재, 2010년 10월 UNESCO 세계지질공원에 지정되는 등 세계적으로 유일하게 세계자연과학분야 트리플 크라운을 달성하였다.

이제 제주특별자치도는 '세계 7대 자연경관' 선정에 도전하고 있다.

## 2. '세계 7대 자연경관' 선정에 따른 추진과정

'세계 7대 자연경관' 선정은 세계 자연경관의 다양성과 아름다움에 대한 인지도와 관심을 높여, 지속가능한 관광실현으로 자연경관을 보존하고 발전시키고자 『The New7wonders』재단에서 주관하는 사업이다.

“우리의 유산은 우리의 미래”라는 모토 아래 다양한 세계자연경관 홍보, 자연의 아름다움, 경이적인 모습을 통해 자연보존 의식 전파 및 자연보존 방안 마련에 그 목적이 있다.

총 7개의 테마로 ① 경치, 빙산 ② 섬 ③ 산, 화

산 ④ 해변경관 ⑤ 동굴, 바위, 계곡 ⑥ 호수, 강, 폭포 ⑦ 숲, 국립공원, 자연보호구역 나누어서 선정이 되며, 3차 전문가 심사결과 “섬” 부문 최종 후보지에 선정된 제주에서는 최종적으로 세계7대 자연경관에 선정되기 위해 온 행정력을 집중하고 있다.

### 1) 범국민(도민)추진위원회 구성

범국민추진위원회는 '세계 7대 자연경관' 선정에 따른 범국민적 운동 확산에 중추역할을 수행해나감에, 기 위촉된 정운찬 위원장을 필두로 모든 분야를 총망라하여 전국 각 지역을 대표할 수 있는 유력인사들로 위원회를 구성한다.

위원회는 위원장, 정부협의체, 자문위원, 홍보대사, 사무총장, 사무국장, 6개분과(기획, 홍보, 인적동원, 대외협력, 관리회계, 사이버)로 조직이 구성될 예정이며, 위원회에서는

- ① 중앙정부 전 부처 및 산하기관 등 투표참여 추진 협조
- ② 정부 해외공관 등을 활용한 해외동포, 주재국가 등 참여 유도
- ③ 글로벌 기업 해외지사망 등 네트워크를 활용한 홍보 추진
- ④ 글로벌 스타 홍보대사 위촉 및 스타 마케팅 추진
- ⑤ 국내 글로벌기업 세계7대자연경관 후원 기업으로 참여 유도 등

'세계7대자연경관' 선정을 위한 전방위적 홍보활동을 시행해 나간다.

또한, 서울에 범국민 확산분위기를 조성해 나가는 전초기지 역할을 수행할 범국민추진위원회 서울사무소를 지난 12월 13일 개소하였고, 이를 계기로 범정부차원의 아젠다로 격상시켜 나감과 동시에 정부의 지원 방안을 마련하게 된다.

이와 함께 전 도민의 역량 결집을 위한 구심점 역할을 수행하게 될 범도민추진위원회를 구성하고 있

다. 위원회는 전진 도지사, 국회의원, 교육감, 대학 총장으로 구성된 고문회의, 자문의원(도의회의원, 언론사 등)과 함께 도내 유관기관, 교육, 정당, 언론사, 지역자생단체, 문화, 관광, 교통, 종교, 농·어업, 경제·금융, 통신·IT, 보건, 복지, 여성, 체육, 건설, 환경, 도내 정착 인사 등 사회 각 분야에서 활동하는 분들을 총망라하였으며,

범도민추진위원회는 성공적인 투표활동을 위한 기획 및 체계적인 홍보활동을 수행하고, 민간단체 등의 '세계7대자연경관' 선정 투표 참여 독려를 위한 네트워크를 구축하게 될 것이다.

## 2) 홍보대사 위촉을 통한 홍보활동 전개

2010년 5월과 7월에 미국 프로미식축구(NFL)의 피츠버그 스틸러스 팀에서 활약중인 한국계 미식축구 선수인 하인스 워드(Hines Ward)와 '대장금'이라는 드라마를 통해 중화권 지역에서 큰 인기를 얻고 있는 배우 박은혜를 홍보대사로 위촉함으로써 해외 홍보의 시발점으로 삼고 있다.

또한, 중국의 탁구 국가대표인 자오즈민과 '소문난 칠공주'에서 열연한 최정원씨를 홍보대사로 위촉하여 13억 중국을 대상으로 폭발적인 인기를 얻고 있는 한류연예계 및 스포츠스타 활용한 스타마케팅으로 제주관광 이미지를 극대화 시키는 한편 해외 제주관광프로모션 행사시 이벤트 참여 활용 등 홍보의 첨병 역할을 수행하게 된다.

## 3) 소셜네트워크를 통한 7대 자연경관 홍보

2010년은 트위터, 페이스북 등으로 대표되는 소셜네트워크서비스(SNS)가 달군 한 해였다. 블로그나 카페에서 한 단계 진화한 서비스 'SNS'는 인터넷 공간의 새로운 장을 열었다. 스마트폰과 함께 언제 어디서나 복잡한 가입절차나 시간지연 없이 바로바

로 내 생각과 생활 등을 알릴 수 있다는 것이 SNS의 장점이다.

이제는 일상이 되어버린 소셜 네트워크 사이트를 통해 세계 7대 자연경관을 홍보해 나가고 있으며,

- 트위터(<http://www.twitter.com/7wondersjeju>)

- 페이스북(<http://www.facebook.com/7wondersjeju>)

- 블로그(<http://blog.naver.com/7wondersjeju>)

실시간 세계 7대 자연경관 선정관련 홍보 소식을 게재하고, 온라인 이벤트를 통해 전 세계 많은 네티즌들이 참여할 수 있도록 홍보해 나가고 있다.

## 3. 세계 7대 자연경관 선정에 따른 기대 효과

'세계 7대 자연경관'에 최종 선정이 될 경우 제주의 브랜드, 나아가 대한민국의 국가브랜드가 상승하게 되며, 제주의 자연·환경적 가치를 전 세계에 홍보할 수 있어 이에 따른 대내외 관광객의 증가 및 도민(국민)의 자긍심을 고취시켜 나갈 수 있게 된다.

특히, 지난 2007년 최종 선정된 '세계 신 7대 불가사의' 선정에 따른 관광환경 변화 사례를 살펴보면,

① 페루 MATCHUICHU 70% 관광객 증가

② 멕시코 마야유적 75% 관광객 증가

③ 요르단 고대 페트라 유적 62% 관광객이 증가하였고, 브라질의 코르코바도 언덕의 예수상은 단 한 번의 기회를 통해 세계인에게 각인되었으며, 이후 광고·영화에 자주 등장하고 있다.

이처럼 아름다운 자연경관은 위락목적 관광객을 유인하는 가장 큰 관광대상(Tourist Attraction)이고, 자연경관 후보지가 전 세계에 알려짐으로서 외래 관광객 유치에 크게 기여할 것이다.

또한, 대한민국의 경우 수출주도형 공업국가임에도 불구하고, 자연경관을 잘 보존하고 가꾸는 국가임

을 강조할 수 있으며, 친환경적인 국가이미지를 심어 주어 국가브랜드 가치를 높이는데 기여하게 된다.

더불어 주최 측인 'The New7wonders재단'에 의해 지소적인 홍보로 영화, 드라마, 다큐멘터리 등의 촬영지로 각광받을 것으로 예상되어 큰 홍보효과가 나타날 것으로 보고 있다.

무엇보다 세계인인 인정하는 자연경관을 보유한 국가로 지정됨으로써, 자연경관보호에 대한 정부, 민간단체, 지역주민 등 모두의 관심이 증가하게 되며, 세계 7대 자연경관지를 보유한 국가의 국민으로서 자긍심을 고취시켜 애국심을 증대시켜 나갈 수 있을 것이다.

#### 4. 향후과제

##### 1) 홍보마케팅 강화

'세계 7대 자연경관' 최종 선정과 관련하여 가장 시급한 부분은 대국민적 관심 증대와 정부의 지원이다.

'세계 7대 자연경관'에 선정되는 것은 지금까지 도세가 약하다는 이유로 변방에만 머무르고 있는 제주만의 일은 아니라고 본다. 대한민국의 국가 브랜드를 한층 더 높일 수 있는 기회를 중앙정부나 국민들은 잊지 말아야 한다.

물론, 범국민추진위원회가 현재 구성 중에 있고, 중추적 역할을 수행할 홍보사무소도 개소를 하였으며, 도내 거대 금융기관들은 세계 7대 자연경관에 선정될 수 있도록 임직원 및 고객, 가족 등을 통해 총력을 기울이고 있다

또한, 전국의 관광인들도 실무협의회를 구성하는 등 한국관광의 품격을 높이고 외래관광객 유치 확대에 크게 기여할 것으로 보고 있다.

이쯤에서 우리는 지난 세계자연유산 등재를 위해 경주하였던 노력들을 다시금 생각해보아야 할 것이다.

현 제주도민의 약 3배에 이르는 147만5천명의 지

지성명과 전국 도의회 의장단의 지지성명, 제주 언론들의 지속적인 캠페인, 아울러 관계 공무원들의 밤낮을 가리지 않은 대민 접촉을 통한 홍보 등이 뒷받침된 노력의 결실이라고 할 수 있다.

##### 2) 자연경관의 보존과 관광수입의 증대

UNESCO 세계자연유산, 문화유산 및 신 7대 불가사의 선정 등에 공통점이 있다. 등재(선정)된 이후 연간 관광객이 2배 이상 늘어나는 획기적인 변화를 맞게 된다는 것이다.

서두에서도 기술했던 바와 같이, 2007년 '세계 신 7대 불가사의'로 최종 선정된 곳들은 모두 60%이상 관광객이 증가하였다.

동일선상에서 비교하는게 어려울 수는 있겠으나, 전 세계인들의 관심을 받는 사안으로 볼 때, 실례로, 일본의 시라카와 마을은 세계문화유산에 등재된 이후 연간 70만명이던 관광객이 170만명에 달할 정도로 급증했고, 최근에는 프랑스를 비롯한 유럽 관광객이 급격히 느는 추세다. 또한, 실제 시라카와 마을을 찾는 관광객 중 50%는 마을을 2번 이상 찾는 재방문객이라는 점이다.

지역특산물을 활용한 요리를 개발하고 전통 화로를 매개로 주민과 관광객간 교류의 장을 마련하면서 단골이 늘었고, 생활·민속문화 재현·체험도 인기다. 단순히 과거 전통문화를 보존해 찾아오는 관광객을 수용하는데 머무르지 않고 관광객들이 직접 체험할 수 있게 한다.

위와 같은 사례에서 볼 수 있듯이, 제주의 자연과 관광 인프라는 지금으로도 충분하다. 아니 전 세계 어디 곳과 견주어도 뒤쳐지지 않는다.

그러나, '스쳐가는 관광'에선 '머무는 관광'으로 전환하기 위해서는 체험프로그램을 개발하고, 인근 관광명소와 연결한 문화컨텐츠 상품개발을 서둘러야 한다.

고부가가치 관광 상품과 생활·민속문화 체험상품을 선보여 관광객들 발길을 끌어와야 하겠으며, 관광객을 접대하는 방법부터 인사법, 음식을 만들고 접대하는 법 등에 대한 수용태세의 개선도 지속적으로 추진해야 할 것이다.

### 3) 외래관광객 유입을 위한 접근성 개선

‘세계 7대 자연경관’ 최종 후보지 28곳에 등재된 것도 엄청난 홍보효과를 보이고 있으며, 만약 최종적으로 선정될 경우, 급증하게 될 관광객을 맞이할 수 있는 환경(항공인프라)이 조성되어야 할 것이다.

우리도를 중심으로 2시간 비행거리에 인구 1,000만 이상의 아시아 중심도시인 베이징, 상하이, 서울, 도쿄와 인접해 있는 위치에 소재하고 있다. 그러함에도 불구하고 제주로 들어오는 국제직항 항공노선의 경우 점차 감소하는 실정이다.

민선5기 우근민 도정이 출범하면서 ‘외국인관광객 200만명’ 유치에 공약으로 내세웠으며, 관광산업의 큰 전략을 해외관광시장에서 찾는 것은 해외관광객 시장의 규모가 매우 크고, 해외관광객 1인당 지출규모가 국내관광객보다 평균 3배 이상이라는 현실을 고려한 전략이라고 보기 때문이다.

접근성 확보를 위한 제도적 인프라를 구축해야 하고 이를 위해 항공자유화를 통한 국내·외 항공노선의 확대 및 신공항 건설을 적극 추진하겠다고 밝힌 것도 이와 같은 맥락에서 나온 것이라 할 수 있겠다.

## Ⅲ. 나가며

위에서 언급했던 바와 같이, 지금 현재에서 가장 중요한 것은 『제주』가 ‘세계 7대 자연경관’에 최종 선정되는 것이다.

최종 선정된 이후 제주가 갖게 될 이익은 상상을

초월할 것이다. ‘세계 7대 자연경관’ 선정에 따른 헤아릴 수 없는 이익을 알지 못한 채 남의 일로 치부해 버릴 경우, 다시는 이와 같은 기회가 오지 않을 수도 있음을 잊지 말아야 할 것이다.

이러한 시점에서 대한민국 정부와 글로벌 기업으로서 세계에서 활동하고 있는 대기업들의 참여가 절실하다. 이미 지난 3월 16일 제주에서 열린 재단 자문회의 참석차 제주를 방문했던 장폴 데라 프엔테 뉴세븐원더스 재단 이사는 당시 “일본과 중국 등 아시아권을 제외하면 제주의 인지도가 낮다”며 “대형 민간기업의 캠페인 참여와 정부 차원에서 범국민적 투표 열기를 이끌어내야 한다”고 귀띔한 바 있다.

그러나 무엇보다도 중요한 것은 국가적인 역량의 결집과 대한민국을 사랑하는 우리 국민들의 자발적인 참여가 필요하다고 본다.

이를 통해 대한민국 제주 자연경관의 아름다움을 전 세계인에게 알려 나가며, 지속가능한 관광실현으로 자연경관을 보존하고 발전시켜 나가야 할 것이다.